



## FICHE MÉTIER

# SOCIAL MEDIA MANAGER

### Autres appellations

Responsable des réseaux sociaux, Responsable médié digital

### Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

## MISSIONS

Le social media manager gère les campagnes publicitaires et la présence d'une marque sur les réseaux sociaux. Assisté par le *community manager*, il élabore les stratégies d'influence et de présence d'une entreprise dans les médias sociaux. Son objectif est d'augmenter le trafic sur les sites de l'annonceur, de promouvoir son image et ses produits, et de stimuler les ventes de manière directe ou indirecte. Il surveille la réputation de la marque.

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Participer à la réflexion stratégique

- Analyse des besoins des annonceurs en matière de stratégie social media

#### Définir des actions à mener en fonction des besoins, des attentes et des objections des clients

- Étude des cibles, des contextes et des budgets des annonceurs
- En fonction des marques et des produits : établissement d'un planning des actions, basé sur l'identification des réseaux sociaux clés, en adéquation avec les besoins, la stratégie de contenu et les lignes éditoriales
- Identification des critères de performance des campagnes

#### Animer l'audience des réseaux sociaux

- Participation à la définition et à la production de la stratégie éditoriale
- Mise en place d'actions marketing : images, vidéos, publicités, contenus, jeux concours et discours sur Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Yelp, Google+, YouTube, Pinterest...
- Optimisation et pérennisation de la marque et de ses valeurs
- Identification, sollicitation et fidélisation de certains blogueurs influents



- Organisation d'événements en ligne ou sur le terrain, pour créer ou renforcer des communautés sur une même thématique (optimisation du référencement...)

#### **Gestion de l'e-réputation et de la notoriété de l'annonceur**

- Gestion des clients (community management, achat média, reporting, étude, conseil, benchmark)
- Suivi et pilotage des campagnes publicitaire sur le web
- Développement et mise en place de process/outils pour optimiser l'offre et le service au client
- Proposition des meilleurs outils en fonction des briefs clients
- Établissement de bilans des campagnes par l'analyse des critères de performance
- Mise en place d'une veille active (identification des lieux de rencontre et espaces d'influence, écoute des internautes, suivi des actualités du web, etc.)

#### **Développement commercial**

- Participation et accompagnement dans le pilotage des appels d'offres (réflexion stratégique, brainstorming, recommandations, présentation et suivi)

---

## **COMPÉTENCES CLÉS REQUISES**

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
  - Elaborer la stratégie social media d'un client à partir de sa stratégie marketing et de l'analyse de sa présence et de son activité existantes sur les réseaux sociaux



→ **Pilotage de projet**

- Analyser un tableau de bord, des indicateurs, le cas échéant en utilisant des outils spécifiques, pour mesurer la performance des opérations menées et vérifier l'atteinte des objectifs de délai, d'audience, de budget, de chiffre d'affaires... ou définis dans le cahier des charges, le cas échéant en vue d'un reporting
- Traiter les situations de crise, les incidents, anomalies ou dysfonctionnements dans une production ou une campagne publicitaire via un diagnostic et la proposition d'actions ou d'ajustements
- Planifier les étapes du projet ou de la production en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client interne ou externe, le cas échéant les budgets attribués
- Réaliser un suivi et établir un bilan en créant ou en alimentant des tableaux de bord, avec les outils appropriés, le cas échéant en personnalisant les indicateurs, en vue d'une analyse et/ou d'un reporting

---

## CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance des problématiques marketing des annonceurs
- Connaissance parfaite de tous les réseaux sociaux
- Connaissance de tous les nouveaux canaux média
- Maîtrise des outils web spécifiques : Brandcare, Brandwatch, Digimind, Webfluenz, Social Figures, TrendyBuzz, Linkfluence, ReflexeMedia, Page Karma, SocialMoov, Radian6, SocialBakers, etc.
- Maîtrise des processus journalistiques et éditoriaux
- Maîtrise de l'anglais

---

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

### Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Création
- Stratégie, études et analyses marché

### Relations avec les acteurs externes

Clients de son portefeuille (annonceurs)

Prestataires

---

## PROFIL SOUHAITÉ

### Formation recommandée

Bac +5 : diplôme d'école de commerce

### Expérience recommandée

Expérience de 4 ans (agences médias) dans une fonction marketing sur les réseaux sociaux